

**EFEKTIVITAS TAYANGAN “Jalan-jalan Men!” DI YOUTUBE
SEBAGAI SUMBER INFORMASI BUDAYA INDONESIA PADA
PELAJAR JURUSAN USAHA PERJALANAN WISATA SMK
TELKOM SANDHY PUTRA 01 MAKASSAR**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

NURFADILA WAHID

NIM: 50700110052

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

2014

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfadila Wahid
NIM : 50700110052
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 23 Februari 1991
Jur/Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : BTN Minasa Upa Blok G13 No. 15
Judul : Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube
sebagai Sumber Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar
Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom
Sandhy Putra 01 Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 13 September 2014

Penyusun,

Nurfadila Wahid
NIM: 50700110052

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” Di Youtube sebagai sumber Informasi budaya Indonesia pada Pelajar jurusan Pariwisata SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar”, yang disusun oleh Nurfadila Wahid, NIM: 50700110052, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan di pertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Jumat, tanggal 19 September 2014 M, bertepatan dengan 24 Dzulhijjah 1435 H, di nyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi (dengan beberapa perbaikan).*

Makassar, 13 September 2014

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Ramsiah Tasruddin, S. Ag, M.Si	(.....)
Sekretaris	: Dra. Audah Mannan, M. Ag	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Anshar Akil, M.Si	(.....)
Munaqisy II	: Dr. Irwan Misbach, M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Hasaruddin, M.Ag	(.....)
Pembimbing II	: Drs. Muh Bisyri, S.Ksi	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,

Dr. Hj. Muliaty Amin, M. Ag
NIP. 19540915 198703 2 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan proposal skripsi Saudari **Nurfadila Wahid**, NIM:50700110052, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama proposal skripsi berjudul, “Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube sebagai Sumber informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar”, memandang bahwa proposal skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk di seminarkan.

Demikian persetujuan ini di berikan untuk di proses lebih lanjut.

Makassar, 13 September 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hasaruddin, M.Ag

NIP. 19710909 200003 1 003

Muh. Bisyri, S.Ksi

NIP.

KATA PENGANTAR



Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, karuniaNya yang tiada ternilai sehingga skripsi ini dapat di selesaikan meskipun dalam bentuk yang sederhana.

Skripsi ini di ajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 (Strata 1). Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing HT, M.S., selaku Rektor UIN Alauddin Makassar, dan Para Wakil Rektor serta seluruh staf UIN Alauddin Makassar.
2. Ibu Dr. Hj. Muliaty Amin, M. Ag., Selaku Dekan serta Para Wakil Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Ibu Ramsiah Tasruddin, S. Ag., M.Si dan Dra. Audah Mannan, M.Ag., masing-masing Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi. Segenap rasa tulus memberikan kontribusi selama penulis menempuh kuliah berupa ilmu, motivasi, nasehat serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah.
4. Bapak Dr. Hasaruddin, M.Ag dan Muh. Bisyr, S. Ksi, selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Dr. Anshar Akil, M.Si dan Dr. Irwan Misbach, M.Si selaku penguji I dan penguji II yang telah mengoreksi untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen, Staf Jurusan, Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tak lupa penulis haturkan banyak terimakasih atas ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, serta nasehatnya selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Bapak Ir. Yayah Sugihat selaku kepala sekolah SMK Shandy Putra 01 Makassar, Ibu Dra. Hj. Zaenab Abdullah guru productive House Keeping, para staff sekolah dan para informan yang senantiasa memberikan bantuannya di sekolah selama penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis Ayahanda Muh. Arifin Wahid yang mengajarkan untuk selalu bijaksana dan teristimewa Ibunda tercinta Hj. Farida yang tiada henti mendidik dan memberikan do'a dan cinta agar penulis senantiasa dapat menjalani hidup dengan baik. Kepada Adinda Sri Inayah wahid, Kanda Abd. Rahman Wahid, dan juga Andi Shalman M yang selalu menemani dan memberi motivasi setiap saat yang menjadi semangat tersendiri bagi penulis.
9. Saudara-saudari seperjuangan di Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010 Rizky Amalina, Nining Nur Hadtiya, Yuniarti Yunus, Wahyuni Hr, Sy. Fadila Al Habsy, Nurbiah, Arwina Saputri, Deli Lestia, Sry Hariyanty, Satriany, Winda Nur Wahyuni, Nurjayanti, Muh. Wajdi dan teman-teman yang tidak dapat saya tulis namanya secara menyeluruh bersama melewati suka dan duka selama kuliah, menata masa depan yang cerah.

10. Para senior di Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan kepada penulis.
11. Terima kasih kepada keluarga kecil KKN Angkatan 49 di Dusun Bontorannu Desa Erelembang Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa. Yang banyak memberikan kenangan yang indah dan pengalaman juga pelajaran yang belum saya ketahui sebelumnya.
12. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT kami memohon dan berserah diri semoga melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu.

Wassalamu ‘Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 13 September 2014

Penyusun

Nurfadila Wahid



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL/ILUSTRASI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus	5
D. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu	9
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II TINJAUAN TEORETIS	13
A. Komunikasi Massa	13
1. Definisi Komunikasi Massa	13
2. Ciri-ciri Komunikasi Massa	14
3. Fungsi Komunikasi Massa	16
B. <i>Uses and Gratifications</i>	17
C. Teori Efektivitas	19

	1. Pengertian Efektivitas	19
	2. Ukuran Efektifitas	23
	D. Motif Khalayak Media	24
	E. Teori Media Audiovisual	25
	1. Pengertian Media Audiovisual.....	25
	2. Karakteristik Media Audiovisual dan Jenis-jenisnya.....	27
	3. Kelebihan & Kelemahan Media Audiovisual	32
BAB	III METODE PENELITIAN	35
	A. Jenis dan Lokasi Penelitian	35
	B. Pendekatan Penelitian	36
	C. Teknik pengumpulan Data	36
	D. Instrumen Penelitian	38
	E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	39
BAB	IV HASIL PENELITIAN	41
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
	B. Faktor Yang Mempengaruhi Pelajar Tertarik Untuk Menyaksikan Tayangan “Jalan-jalan Men!”	50
	C. Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” Dalam Menyampaikan Informasi Budaya Indonesia Pada Pelajar	53
BAB	V PENUTUP	63
	A. Kesimpulan	63
	B. Implikasi Penelitian	64

KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah siswa Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW)	
Tahun ajaran 2013/2014.....	44
Tabel 2 Kutipan kalimat <i>host</i> tayangan “Jalan-jalan Men!”	59



PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan *h}a*

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	s\ a	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	h} a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	d} al	d	de
ذ	z\ al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s} ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d} ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t} a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z} a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik

غ	gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. *Vokal*

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fath}ah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>d}ammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ئَیْ	<i>fath}ah dan ya</i>	ai	a dan i
ئَوْ	<i>fath}ah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ...	<i>fath}ah dan alif atau ya</i>	a>	a dan garis di atas
إِیْ	<i>kasrah dan ya</i>	i>	i dan garis di atas
ئَوْ	<i>d}ammah dan wau</i>	u>	u dan garis di atas

4. Ta>' marbu>t}ah

Transliterasi untuk *ta marbu>t}ah* ada dua, yaitu: *ta marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harkat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu>-t}ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

: *raud}ah al-at}fa>l*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ

: *al-madi>nah al-fa>d}ilah*

النَّجْمَةُ

: *al-h}ikmah*

ABSTRAK

Nama : Nurfadila Wahid

NIM : 50700110052

**Judul : Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube sebagai Sumber
Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan
Wisata SMK Shandy Putra 01 Makassar**

Informasi akan tempat-tempat menarik di Indonesia merupakan kebutuhan primer bagi Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Shandy Putra 01 Makassar terkhusus informasi budaya Indonesia yang menyimpan rasa penasaran bagi *tourist* asing. Informasi akan budaya Indonesia dapat diperoleh melalui mata pelajaran di Sekolah. Namun, pelajaran di Sekolah berupa teori setiap hari membuat Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Shandy Putra 01 Makassar merasa jenuh hingga mengabaikan pelajaran yang diberikan.

“Jalan-jalan Men!” merupakan program tayangan travel berseri yang dapat diakses melalui Youtube. Perjalanan tim “Jalan-jalan Men!” mampu menemukan harta karun berupa budaya-budaya yang masih tersembunyi di Indonesia.

Berdasarkan pemaparan tersebut diatas peneliti mengangkat skripsi berjudul Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube sebagai Sumber Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Shandy Putra 01 Makassar. Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menggunakan teori Komunikasi Massa yaitu *Uses and Gratification*.

Berangkat dari kemajuan teknologi dimana setiap Pelajar hampir seluruhnya akrab dengan media internet yang bahkan menghabiskan waktu hingga 18 jam setiap hari. Pelajar diantaranya mengakses Youtube untuk melihat seri terbaru tayangan “Jalan-jalan Men!”. Gaya komunikasi *host* “Jalan-jalan Men!” yang menggunakan bahasa santai dan humoris menjadikan Pelajar tertarik untuk menyaksikan tayangan tersebut. Secara tidak langsung, Pelajar yang awalnya mengakses tayangan “Jalan-jalan Men!” sebagai hiburan pada akhirnya jadi lebih banyak mengetahui budaya-budaya Indonesia yang telah dikunjungi tim “Jalan-jalan Men!”. Dengan demikian, tayangan “Jalan-jalan Men!” sebagai sumber informasi budaya pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Shandy Putra 01 Makassar sudah efektif.

Kata kunci: *Budaya Indonesia, Wisata, Youtube, Pelajar*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya Indonesia merupakan aset penting yang berpengaruh pada kemajuan bangsa. Terdapat beragam adat dan suku yang tersebar pada lima pulau besar. Dalam konteks pemahaman masyarakat majemuk, selain kebudayaan kelompok adat dan suku bangsa, Indonesia juga terdiri dari berbagai kebudayaan daerah bersifat kewilayahan yang merupakan pertemuan dari berbagai kebudayaan kelompok.¹ Indonesia memiliki beberapa suku diantaranya; Bugis, Betawi, Toraja dan banyak budaya lain. Bugis dikenal dengan tarian ‘paduppa’, Betawi dikenal dengan roti Buaya yang harus ada saat resepsi pernikahan, sedangkan Toraja terkenal dengan rumah adat Tongkonan. Kekhasan tersebut merupakan daya tarik bagi warga asing untuk berkunjung. Kunjungan warga asing mampu memberi kontribusi besar dalam aspek ekonomi, menambah lapangan kerja bagi warga, serta menjadi ikon budaya mandiri. Nilai jual budaya tersebut menguntungkan namun masih kurang mendapat perhatian dari warga. Faktor yang menjadi penyebab adalah minim kesadaran warga bahwa budaya yang ada merupakan warisan atau peninggalan sejarah yang berharga.

Peninggalan sejarah merupakan warisan budaya masa lalu yang merepresentasikan keluhuran dan ketinggian budaya masyarakat.² Peninggalan sejarah yang tersebar di seluruh kepulauan Indonesia merupakan kekayaan budaya yang harus dijaga dan dilestarikan. Bangsa Indonesia dapat belajar dari kekayaan dan

¹Adi Prasetyo, *Serah Jajah dan perlawanan yang Tersisa, Etnografi Orang Rimba di Jambi* (Jakarta: Wedatama Widya Sastra, 2011), h. 198

² Harianti, dkk, *Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Sekitar Candi Terhadap Candi dan Upaya Pelestariannya*, Penelitian Kelompok (Yogyakarta: UNY Yogyakarta, 2007), h.8.

budaya masa lalu untuk menghadapi tantangan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara melalui peninggalan sejarah. Peninggalan sejarah secara turun temurun akan diwariskan kepada generasi penerus Indonesia yakni Pelajar .

Pelajar merupakan generasi penerus bangsa yang mempunyai peran penting dalam membangun negeri yang diharapkan mampu berprestasi dan menghadapi tantangan yang ada pada masa sekarang dan yang akan datang. Al-Quran telah memaparkan dalam Surah Al-Hasyr ayat 18 sebagai berikut:



Terjemahannya:

“Perhatikanlah sejarahmu, untuk masa depanmu dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S 59:18)³

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sejarah penting untuk masa depan. Manusia harus mengetahui apa yang terjadi di masa lampau agar dapat mengambil hikmah. Hikmah atau pelajaran dari sejarah mengajarkan untuk tidak mengulang kesalahan sehingga masa depan bangsa akan lebih maju. Manusia juga diperintahkan untuk bertakwa kepada Allah S.W.T. melalui sejarah. Sejarah yang menghasilkan warisan budaya Indonesia menjadi identitas kuat untuk menjadi kunjungan wisata, sehingga menambah minat warga asing untuk mencari tahu informasi budaya Indonesia.

Informasi tentang warisan sejarah berupa budaya Indonesia juga menjadi kebutuhan primer bagi Pelajar yang mendalami ilmu Pariwisata. Dalam ilmu Pariwisata, dibutuhkan pengetahuan mengenai budaya Indonesia agar Pelajar jurusan

³*Qur'an Online*. <http://quran.ittellkom.ac.id/?sid=59&aid=18&pid=arabicid> (10 juni 2014)

Pariwisata dapat menjadi fasilitator bagi wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata di Indonesia.

Sekolah yang mendalami ilmu Pariwisata di Makassar salah satunya adalah SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar. Berdasarkan situs resmi SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar, menyatakan bahwa salah satu jurusan yang ada yakni Usaha Perjalanan Wisata (UPW). Siswa di jurusan ini dibekali kompetensi dalam melakukan pelayanan dibidang Usaha Perjalanan Wisata (UPW). Kompetensi yang dikuasai berawal dari menerima dan memproses reservasi tiket sesuai permintaan pelanggan, mengurus transportasi perjalanan *domestic* maupun internasional beserta dokumen-dokumen yang berhubungan, menjadi pemandu wisata baik perjalanan wisata maupun atraksi/ obyek wisata, layanan transfer, menghitung harga paket perjalanan dan menyelenggarakan kegiatan perjalanan wisata, menjual produk wisata dan melaksanakan tugas tata operasi darat (*ground handling*) dan sebagai pengelola informasi wisata.⁴ Berdasarkan tuntutan dalam jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW), Pelajar Pariwisata perlu untuk mengetahui budaya Indonesia sebagai destinasi wisatawan. Namun, dalam kurikulum tersebut Pelajar tidak dibekali mata pelajaran yang secara khusus mengkaji mengenai budaya-budaya yang ada di Indonesia.

Ada banyak jalan yang bisa dilakukan Pelajar Pariwisata untuk mengetahui budaya Indonesia seperti dari media internet. Namun berdasarkan survei yang dilakukan peneliti, Pelajar memanfaatkan media internet untuk sarana sosial, bermain

⁴ “Telkom Schools”, Telkom School-Creating the Future. <http://psb.smktelkom-mks.sch.id/> (10 juli 2014)

game, mendengar atau *download* musik saja. Padahal mereka dapat mengakses sumber informasi budaya dari media internet audiovisual seperti Youtube.

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan Paypal pada februari pada februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.⁵ YouTube juga menyediakan forum untuk orang-orang guna berhubungan, memberi informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil.⁶ Saat ini dengan mudah pengguna media internet dapat menemukan tayangan apapun yang diinginkan melalui Youtube.

Pada era globalisasi, tayangan Youtube memang populer di kalangan Pelajar tapi hanya dengan fungsi menghibur. Menghibur bisa dijabarkan sebagai penghilang stres, pengundang tawa, serta pengisi waktu ketika santai. Namun fungsi tersebut berhenti pada titik menghibur saja, tidak untuk fungsi edukasi yang bermanfaat. Untuk itu, pada tayangan Youtube dibutuhkan program menarik yang memberi edukasi pada Pelajar khususnya pengetahuan akan budaya.

Setelah menelusuri beberapa tayangan Youtube, peneliti menemukan tayangan yang mengangkat berbagai warisan budaya Indonesia yakni “Jalan-jalan Men!”. Tayangan “Jalan-jalan Men!” merupakan video seri travel pertama di Indonesia.⁷ Program tersebut menyajikan tayangan perjalanan tim yang melakukan kunjungan pada tempat-tempat dengan suasana alami yang ada di Indonesia. Tim “Jalan-jalan

⁵ Zakiah Artanti Rahmadewi, *Youtube Mania* (Jakarta: Noura Book Publishing, 2013), h.12

⁶ Adam Woog, *Youtube* (England: Norwood House Press, 2008), h.23

⁷ “About Jalan-Jalan Men”, Jalan-Jalan Men. <http://jalan2men.com/about-jjm/> (10 juni 2014)

Men!” yang melakukan perjalanan menelusuri semua potensi yang ada pada tempat-tempat yang dikunjungi.

Tayangan yang mengkaji mengenai warisan budaya yang tersebar di Indonesia seperti “Jalan-jalan Men!” yang disajikan dalam bentuk komunikasi gaya remaja, diyakini akan mengundang perhatian Pelajar jurusan Pariwisata untuk mengetahui budaya Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi yang telah dikembangkan pada latar belakang masalah, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa yang mempengaruhi Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar tertarik untuk menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!” melalui media youtube?
2. Bagaimana efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” dalam menyampaikan Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar?

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berjudul Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube sebagai sumber informasi Budaya Indonesia pada pelajar jurusan Pariwisata SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar. Oleh karena penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan jenis kualitatif, maka akan difokuskan pada efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” yang merupakan komunikasi massa dengan mengacu pada perlunya pelajar jurusan pariwisata SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar akan Informasi Budaya Indonesia.

2. Deskripsi Fokus

Fokus penelitian dari judul dapat dideskripsikan berdasarkan rumusan masalah, yaitu perlunya Pelajar jurusan Pariwisata SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar untuk mengetahui budaya Indonesia. Dengan adanya tayangan “Jalan-jalan Men!”, membantu Pelajar Jurusan Pariwisata SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar untuk mendapatkan informasi.

Untuk menghindari kesalahpahaman, maka penulis memaparkan deskripsi sebagai berikut:

a. Tinjauan Efektivitas

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat Soewarno Handyaningrat S. (1994:16) yang menyatakan bahwa:

*“Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.”*⁸

Beberapa pengertian efektivitas menurut pendapat ahli yang lain, adalah:

- 1) Soekarno, Presiden pertama Republik Indonesia berpendapat bahwa Efektivitas adalah pencapaian tujuan atau hasil yang dikehendaki

⁸ Soewarno Handyaningrat S., *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen* (Jakarta: Gunung Agung, 2011), h. 23

tanpa menghiraukan faktor-faktor tenaga, waktu, biaya, pikiran, alat-alat dan lain-lain yang telah dikeluarkan/digunakan.⁹

- 2) Handoko, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta mengatakan Efektivitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.¹⁰

b. Tayangan “Jalan-jalan Men!”

Tayangan “Jalan-Jalan Men!” adalah sebuah *travel show* keliling Indonesia yang ada berkat hasil kerja sama dengan malesbanget.com, simPATI dan valadoo.com. Dibawakan Jebraw dan Naya Anindita. Tayangan “Jalan-jalan Men!” dapat disaksikan di media Internet seperti Youtube. Ciri khas dari acara ini adalah sifat *absurd* dari Jebraw di setiap episode. Jebraw juga selalu bernyanyi secara spontan menggunakan gitar ‘*ukulele*’ miliknya. Untuk menggambarkan keindahan Indonesia, mereka selalu menggunakan kata pecah yang berarti seru atau asik. Selain itu, Jebraw juga selalu digambarkan mengejar cinta Naya. Namun Naya hanya menganggap Jebraw sebagai teman seperjalanan yang seru.¹¹

⁹ Soekarno Hatta, *Sukarno An Autobiography*, dalam Cindy Adams, *Bung Karno Penyambung Lidah Rakyat Indonesia* (Yogyakarta: Media Pressindo dan Yayasan Bung Karno, 2011), h. 42

¹⁰ Handoko, *Dasar-dasar Manajemen dan Produksi Operasi* (Yogyakarta: Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi, 1995), h. 44.

¹¹“About Jalan-Jalan Men”, Jalan-Jalan Men. <http://jalan2men.com/about-jjm/> (10 juni 2014)



Gambar 1.1. Logo “Jalan-jalan-Men!”. (Sumber: <http://jalan2men.com/about-jjm/>)

Misi “Jalan-jalan Men!” untuk mengumpulkan dan mendokumentasikan tempat-tempat di pelosok Indonesia yang mungkin belum pernah diketahui, sehingga bisa menjadi lebih populer dan ditonton oleh orang-orang melalui media Internet. Visinya adalah menjadi sebuah trend yang positif untuk mengajak anak muda yang senang berjalan-jalan untuk mengeksplorasi alam yang ada di Indonesia.¹²

Hal ini cukup menarik bagi Pelajar yang senang berjalan-jalan. Dengan video ini, mereka akan mengetahui budaya Indonesia yang mereka belum temukan sebelumnya.

c. Pelajar SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar

Pelajar SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar merupakan Pelajar yang menempuh pendidikan pada Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW). Lokasi SMK Telkom Sandhy Putra 01 berada di Jl. A.P Pettarani No. 4 Makassar.

¹²“About Jalan-Jalan Men”, Jalan-Jalan Men. <http://jalan2men.com/about-jjm/> (10 juni 2014)

D. Kajian Pustaka

Pembahasan mengenai media audiovisual di Youtube bukan satu-satunya dan pertama kali dilakukan. Literatur ilmiah maupun buku-buku yang telah penulis telaah, ada beberapa yang membahas masalah yang sama walaupun dalam porsi dan spesifikasi yang beragam. Beberapa penelitian yang membahas mengenai tayangan Audiovisual antara lain:

1. Penelitian terdahulu oleh Mukhroji Sidqi, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yang berjudul “Pengaruh Tayangan Video Anti Narkoba di Youtube terhadap Sikap Remaja pada NAPZA (Studi Eksperimen pada Remaja Dusun Patran Kelurahan Sinduadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman)” pada penelitian ini yang diteliti adalah sikap remaja pecandu narkoba setelah menonton tayangan yang menjelaskan bahaya-bahaya narkoba. Penelitian ini bertujuan untuk mengubah sikap remaja yang terlanjur terjerumus mengkonsumsi narkoba agar mengubah gaya hidup dengan mulai menghindari obat terlarang.
2. Penelitian oleh Ferlin Marcini Mogot berjudul “Efektivitas Presentasi Video Tutorial di Youtube Dalam Pelatihan Pengemudi Taksi (Studi Deskriptif Pada Peserta Pelatihan Pengemudi Taksi Blue Bird)”. Latar belakang skripsi ini adalah untuk mengetahui efek presentasi video tutorial di Youtube pada pengemudi taksi dalam pekerjaannya setelah menyaksikan video tersebut. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Peneliti menggunakan beberapa teori komunikasi, komunikasi organisasi, model komunikasi Shanon Weaver yang ditambahkan jalur feedback dan juga teori lainnya untuk mendukung permasalahan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Sedangkan

tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimanakah efektivitas presentasi video tutorial di Youtube dalam pelatihan pengemudi taksi berdasarkan dampak kognitif, dampak afektif dan dampak konatif.

3. Penelitian oleh Sandra Angelita S.R. Pangaribuan dengan judul “Efektifitas Pembawa Acara Talkshow di Televisi dan Minat Menonton Mahasiswa (Studi Korelasional tentang Hubungan Efektifitas Pembawa Acara Talkshow Tukul Arwana dengan Minat Menonton Tayangan Sejenis di Kalangan Mahasiswa FISIP USU). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara efektivitas pembawa acara talkshow Tukul Arwana dengan minat menonton mahasiswa pada tayangan sejenis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

Berdasarkan penelitian yang dipaparkan diatas, terdapat perbedaan-perbedaan yang signifikan pada pendekatan penelitian ini. Penelitian ini lebih mengarah pada informasi wisata budaya bagi remaja yang menempuh pendidikan di jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Shandy Putra 01 Makassar.

Pada bab ini juga akan diuraikan hasil perbandingan antara orientasi penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu yang relevan. Hal ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi kemungkinan signifikansi dan kontribusi akademik dari penelitian yang dimaksud, dan untuk memastikan bahwa; 1) pokok masalah yang akan diteliti belum pernah dibahas oleh peneliti lainnya, 2) pokok masalah yang akan diteliti mempunyai relevansi (sesuai atau tidak sesuai) dengan sejumlah teori yang telah ada.¹³

¹³Muljono Damopolii, *Pedoman Penelitian Karya Tulis Ilmiah; Makalah, Skripsi, Disertasi dan Laporan Penelitian* (Cet. I; Makassar: Alauddin Press, 2013), h. 13-14.

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penulis dengan judul “Efektifitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube sebagai Sumber Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar” sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar sehingga menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!” melalui media youtube.
- b. Untuk mengetahui efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” dalam menyampaikan Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- a. Kegunaan Teoritis
 - 1) Sebagai bahan komparatif dalam konteks sejauh mana signifikansi penulis dalam mengkaji bentuk komunikasi massa.
 - 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran dalam upaya pengembangan bentuk komunikasi yang selalu berubah dari tahun ke tahun di masyarakat.
 - 3) Dengan harapan penelitian ini akan menjadi bahan edukatif (pembelajaran) bagi insan akademis khususnya dan team yang bekerja di bidang tayangan audiovisual umumnya, dalam upaya memahami

serta merumuskan teori-teori komunikasi yang menarik untuk dijadikan konsep dalam pembuatan tayangan audiovisual.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi aktivis komunikasi atau jurnalistik yang melakukan penelitian mengenai tayangan televisi.
- 2) Sebagai langkah evaluatif bagi para aktifis komunikasi dan jurnalis secara personal maupun kelembagaan dalam menggunakan bentuk komunikasi yang dapat menunjang sebagai bahan hiburan seperti pada tayangan audiovisual.
- 3) Untuk memenuhi kewajiban sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. *Komunikasi Massa*

1. Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa.¹ Sedangkan media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen.²

Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble mengemukakan bahwa sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut:

- a. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak luas dan tersebar.
- b. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling mengenal satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.

¹Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet. IV; Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2007), h.3.

²Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h.9.

- c. Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Kare itu, diartikan milik publik.³

2. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status social ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak sama pula. Mereka adalah komunikan televisi.⁴ Namun dalam penelitian ini lebih difokuskan pada kelompok Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar .

Beberapa ciri komunikasi massa yang lain adalah:

- a. Komunikator bersifat melembaga.

Komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah. Komunikator dalam komunikasi massa biasanya adalah media massa (surat kabar, televisi, stasiun radio, majalah dan penerbit buku. Media massa disebut sebagai organisasi sosial karena merupakan kumpulan beberapa individu yang dalam proses komunikasi massa tersebut.⁵

- b. Komunikan bersifat anonim dan heterogen.

³Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble, *Introducing Mass Communication* (New York: McGraw Hill, 1986), h.8.

⁴Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 22.

⁵Alexis S. Tan, *Mass Communication Theories and Research* (Singapore; John Wiley & Sons, 1985), h. 17.

Komunikasi dalam komunikasi massa sifatnya heterogen, artinya pengguna media itu beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, latar belakang budaya, punya agama atau kepercayaan yang tidak sama pula. Selain itu dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim) karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka.⁶

c. Komunikasinya berlangsung satu arah.

Karena komunikasi massa itu melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan dan komunikanpun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpribadi. Dengan demikian komunikasi massa itu bersifat satu arah.⁷

Dengan demikian, komunikasi massa dapat di definisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audience yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

⁶Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, h. 10.

⁷Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 26.

3. Fungsi Komunikasi Massa

a. Informasi

Komponen yang paling penting untuk mengetahui fungsi informasi adalah berita-berita yang disajikan. Fakta-fakta yang dicarikan wartawan kemudian dituangkan dalam tulisan juga merupakan informasi.⁸

b. Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi lain. Masalahnya, masyarakat masih menjadikan televisi sebagai sumber hiburan. Hal ini sangat berbeda dengan media cetak. Media cetak biasaya tidak menempatkan hiburan pada posisi paling atas, tetapi informasi. Namun demikian, media cetakpun tetap harus mengfungsikan sebagai hiburan. Adanya teka teki dan cerita bergambar contoh dari media cetak masih memberikan layanan hiburan.⁹

c. Persuasi

Banyak bentuk tulisan yang kalau diperhatikan sekilas hanya berupa informasi. Tetapi jika diperhatikan baik-baik terdapat fungsi persuasi. Tajuk rencana, artikel dan surat pembaca di dalam media cetak merupakan contoh tulisan persuasif. Aktivitas *Public Relation* dan promosi khusus dalam komunikasi tatap muka juga menjadi bentuk dari fungsi persuasi.¹⁰

⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 34.

⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 34-35.

¹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 35.

Menurut Josep A. Devito fungsi persuasi dianggap sebagai fungsi yang paling penting dalam masyarakat. Persuasi bisa datang dari berbagai macam bentuk. Seperti salah satunya mengukuhkan atau mempersiapkan sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.¹¹

d. Transmisi Budaya

Transmisi budaya mengambil tempat dalam dua tahap, yaitu kontenporer dan historis. Dua tingkat tersebut tidak dipisahkan, tetapi terjalin secara konstan. Dalam tingkatan kontenporer media massa memperkuat konsensus nilai masyarakat, dengan selalu memperkenalkan bibit perubahan secara terus menerus. Sementara secara historis umat manusia telah dapat melewati atau menambahkan pengalaman baru dari sekarang untuk membimbingnya ke masa depan.¹²

B. *Uses and Gratifications*

Uses and gratifications untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pernyataan “apa yang dilakukan media untuk khalayak (*what do the media do to people?*)”.¹³

Pendekatan *Uses & Gratifications* tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap diri orang lain, namun tertarik pada apa yang dilakukan individu

¹¹ Joseph A. Devito, *Communicology: An Introduction to the Study of Communication* (New York: Harper & Row, 1978), h. 208.

¹²Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 40.

¹³Harbert Blumer dan Elihu Katz, “*Uses and Gratifications*” dalam Edi Santoso dan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi* (Cet.I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.106.

terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbulah *Uses & Gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*), bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya keras kepala (*stubborn*).¹⁴

Teori yang dikembangkan untuk menjelaskan komunikasi massa ini, berlandaskan keyakinan bahwa khalayak memiliki sekumpulan kebutuhan yang dicari pemuasannya melalui media massa. Sehingga pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Fiske meringkas asumsi-asumsi teori *Uses and Gratifications* sebagai berikut:

1. Khalayak itu aktif, bukanlah penerima yang pasif apapun yang media siarkan. Khalayak memilih dan menggunakan isi program
2. Para anggota khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Produser media mungkin tak menyadari penggunaan oleh khalayak yang menjadi sasaran program, dan anggota khalayak yang berbeda mungkin memanfaatkan program yang sama untuk memuaskan kebutuhan yang berbeda.
3. Media bukan satu-satunya sumber pemuasan. Pergi berlibur, olahraga, menari dan lain-lainnya digunakan sebagaimana media yang digunakan.
4. Orang bisa, atau dibuat bisa, menyadari kepentingan dan motifnya dalam kasus-kasus tertentu. (bagi pengkritik metode ini, adalah asumsi yang

¹⁴Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: Rosdakarya, 1998), h.65.

terlemah. Kritik seperti yang menyatakan bahwa yang bisa diartikulasikan seringkali kurang penting, dan bahwa menghubungkan khalayak dengan isi program hanya lewat mata rantai kebutuhan – kebutuhan yang rasional dan pemuasan adalah “pemaknaan” terbatas yang tidak bisa diterima).

5. Pertimbangan nilai tentang signifikansi kultural dari media massa harus dicegah.¹⁵

C. Teori Efektivitas

1. Pengertian Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (*view point*) dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi. Seperti yang dikemukakan oleh Etzioni dkk dalam bukunya *Organisasi-Organisasi Modern* yang mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut:

“Sebagai tingkat keberhasilan organisasi dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran”¹⁶

Berdasarkan pendapat di atas, bahwa efektivitas merupakan suatu konsep yang sangat penting karena mampu memberikan gambaran mengenai keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasaran atau tujuan yang diharapkan.

¹⁵Fiske, “Asumsi-asumsi teori *Uses and Gratifications*” dalam Edi Santoso dan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi* (Cet.I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.109.

¹⁶Etzioni, *Organisasi-organisasi Modern* (Cet.IV; Jakarta: UI Press, 2000), h. 54-55.

Menurut pendapat Mahmudi dalam bukunya *Manajemen Kinerja Sektor Publik* mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut:

“Efektivitas merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan”¹⁷

Efektivitas berfokus pada *outcome* (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif apabila *output* yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan atau dikatakan *spending wisely*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.1 mengenai hubungan arti efektivitas di bawah ini.

$$\text{EFEKTIVITAS} = \frac{\text{OUTCOME}}{\text{INPUT}}$$

Gambar 2.1. Hubungan efektivitas.
(Sumber: Mahmudi, 2005)

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka efektivitas adalah menggambarkan seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil guna daripada suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan sejauhmana tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya dan mencapai target-targetnya. Hal ini berarti, bahwa pengertian efektivitas yang dipentingkan adalah semata-mata hasil atau tujuan yang dikehendaki. Pandangan yang sama menurut pendapat Peter F. Drucker dalam bukunya *The Effective Executive: The Definitive*

¹⁷Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. (Cet.I; Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2005), h. 92

Guide to Getting the Right Things Done mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut:

“Effectiveness, on the other hand, is the ability to choose appropriate objectives. An effective manager is one who selects the right things to get done”. (Efektivitas, pada sisi lain, menjadi kemampuan untuk memilih sasaran hasil sesuai. Seorang manajer efektif adalah satu yang memilih kebenaran untuk melaksanakan)¹⁸

Memperhatikan pendapat para ahli di atas, bahwa konsep efektivitas merupakan suatu konsep yang bersifat multidimensional, artinya dalam mendefinisikan efektivitas berbeda-beda sesuai dengan dasar ilmu yang dimiliki walaupun tujuan akhir dari efektivitas adalah pencapaian tujuan. Kata efektif sering dicampuradukkan dengan kata efisien walaupun artinya tidak sama, sesuatu yang dilakukan secara efisien belum tentu efektif.

Menurut pendapat Markus Zahnd dalam bukunya *Perancangan Kota Secara Terpadu* mendefinisikan efektivitas dan efisiensi, sebagai berikut:

*“Efektivitas yaitu berfokus pada akibatnya, pengaruhnya atau efeknya, sedangkan efisiensi berarti tepat atau sesuai untuk mengerjakan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya”*¹⁹

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa efektivitas lebih memfokuskan pada akibat atau pengaruh sedangkan efisiensi menekankan pada ketepatan mengenai sumber daya, yaitu mencakup anggaran, waktu, tenaga, alat dan cara supaya dalam pelaksanaannya tepat waktu. Lebih lanjut menurut Agung

¹⁸Peter F. Drucker. *The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done*. (Cet. III; New York: Harperr Bussiness, 2006), h. 166.

¹⁹Markus Zahnd, *Perancangan Kota Secara Terpadu*. (Yogyakarta: Kanisius, 2006), h. 200-201.

Kurniawan dalam bukunya *Transformasi Pelayanan Publik* mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut:

“Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya”²⁰

Sehubungan dengan hal-hal yang dikemukakan di atas, maka secara singkat pengertian daripada efisiensi dan efektivitas adalah, efisiensi berarti melakukan atau mengerjakan sesuatu secara benar, “*doing things right*”, sedangkan efektivitas melakukan atau mengerjakan sesuatu tepat pada sasaran “*doing the right things*”. Tingkat efektivitas itu sendiri dapat ditentukan oleh terintegrasinya sasaran dan kegiatan organisasi secara menyeluruh, kemampuan adaptasi dari organisasi terhadap perubahan lingkungannya.

Mengacu pada penjelasan diatas, maka untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif perlu adanya harmonisasi kemampuan sumberdaya dengan menggunakan sarana yang lain sehingga sasaran yang akan dicapai menjadi jelas. Pencapaian sasaran tersebut dapat dikatakan efektif apabila adanya keharmonisan.

Setiap pekerjaan pegawai dalam organisasi sangat sangat menentukan bagi pencapaian hasil kegiatan seperti yang telah direncanakan terlebih dahulu. Untuk itu faktor keefektifannya banyak mempengaruhi kepada kemampuan aparatur dan organisasi dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya. Tingkat pencapaian tujuan aparatur dalam suatu organisasi dikatakan efektif apabila pencapaian itu sesuai dengan tujuan organisasi dan memberikan hasil yang bermanfaat.

²⁰Agung Kurniawan. *Transformasi Pelayanan Publik*. (Yogyakarta: UNY,2005), h. 109.

2. Ukuran Efektivitas

Keluaran (*output*) yang dihasilkan lebih banyak bersifat keluaran (*output*) tidak berwujud (*intangible*) yang tidak mudah untuk dikuantifikasi, maka pengukuran efektivitas sering menghadapi kesulitan. Kesulitan dalam pengukuran efektivitas tersebut karena pencapaian hasil (*outcome*) seringkali tidak dapat diketahui dalam jangka pendek, akan tetapi dalam jangka panjang setelah program berhasil, sehingga ukuran efektivitas biasanya dinyatakan secara kualitatif (berdasarkan pada mutu) dalam bentuk pernyataan saja (*judgement*), artinya apabila mutu yang dihasilkan baik, maka efektivitasnya baik pula.

Ukuran efektivitas bermacam-macam. Etzioni mengatakan bahwa efektivitas diukur dengan:

- a. Adaptasi
- b. Integrasi
- c. Motivasi
- d. Produk
- e. Kepuasan²¹

Sehubungan dengan hal-hal yang dikemukakan di atas, maka ukuran efektivitas merupakan suatu standar akan terpenuhinya mengenai sasaran dan tujuan yang akan dicapai serta menunjukan pada tingkat sejauh mana organisasi, program/kegiatan melaksanakan fungsi-fungsinya secara optimal.

²¹Etzioni, *Organisasi-organisasi Modern* (Cet.IV; Jakarta: UI Press, 2000), h. 72.

D. Motif Khalayak Media

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif memberi tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.²² Motif sendiri muncul ketika adanya kebutuhan (*need*) dari individu untuk memenuhinya. Ketika individu dituntut untuk memenuhi kebutuhannya, munculah motif-motif yang akan menjadi alat pemenuhan dari kebutuhan tersebut. Pada penelitian ini, motif yang digunakan adalah motif penggunaan media secara *online* (internet).

Motif pengkonsumsian media secara *online* (internet), menggunakan motif milik Papacharissi dan Rubin.²³ Adapun kategori motif itu adalah sebagai berikut :

1. *Motive Utility*

Motif ini berkaitan dengan fungsi atau kegunaan utama dari internet atau dalam hal ini adalah majalah Kilau melalui *online*.

2. *Motive Passing Time*

Motif ini berkaitan dengan fungsi internet yang diaplikasikan dengan majalah Kilau untuk menggunakan waktu luang.

3. *Motive Seeking Information*

Motif ini berkaitan dengan informasi yang bisa didapatkan karyawan ketika membaca majalah Kilau.

²² McQuail, Denis. *Mass Communication Theory*. (London: Sage Publications 2002), h.388.

²³ Wimmer, Roger D., and Dominick, Joseph R. *Mass Media Research: An Introduction*. (United States of America: Wadsworth, 2003), h. 405.

4. *Motive Convenience*

Motif ini berhubungan dengan bagaimana membaca majalah Kilau dapat menjadi sebuah alat yang membuat penggunanya merasa terwakili dan melampiaskan segala emosi yang mereka miliki.

5. *Motive Entertainment*

Motif ini berhubungan dengan bagaimana membaca majalah Kilau dapat menjadi sesuatu yang dapat membuat penggunanya merasa terhibur.

E. Teori Media Audiovisual

1. Pengertian Media Audiovisual

Media Audiovisual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis Media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media yaitu media audio dan media visual. Sedangkan Dale mengemukakan bahwa:

“Bahan-bahan audiovisual dapat memberikan banyak manfaat asalkan guru berperan aktif dalam proses pembelajaran.”²⁴

Hermawan mengemukakan bahwa:

“Media Audio-Visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis Media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media yaitu Media Audio dan Media Visual. Bahan-bahan Audio-Visual dapat memberikan banyak manfaat bagi user dalam berperan aktif dalam proses pembelajaran. Media Audio-Visual adalah Media instruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan, dan teknologi) meliputi media yang

²⁴Dale, *Audio-visual Methods in Teaching*. (Cet IX; New York: Rinehart and Winston, 2000) h. 180.

dapat dilihat dan didengar.”.²⁵

Jika dilihat dari perkembangan media Pendidikan, pada mulanya media hanya dianggap sebagai alat bantu guru (*teaching aids*). Alat bantu yang dipakai adalah alat bantu visual misalnya gambar, model, objek dan alat-alat lain yang dapat memberikan pengalaman kongkret, motivasi belajar serta mempertinggi daya serap dan retensi belajar siswa. Namun sayang, karena terlalu memusatkan perhatian pada alat bantu visual yang dipakainya orang kurang memperhatikan aspek disain, pengembangan pembelajaran (instruction) produksi dan evaluasinya. Dengan masuknya pengaruh teknologi audio pada sekitar pertengahan abad ke-20, alat visual untuk mengkonkretkan ajaran ini dilengkapi dengan alat audio sehingga kita kenal adanya alat audio-visual atau audiovisual Aids (AVA). “Alat Bantu Dengar” seperti : Video Tape, Televisi dan Gambar Hidup (biocope). Akan tetapi media bukan hanya menjadi alat Bantu guru atau seseorang pendidik lainnya, media mempunyai banyak manfaat bagi semua orang untuk mendapatkan informasi yang sedang berkembang dan mempermudah manusia menerima pesan darimana pun.

Konsep pengajaran visual kemudian berkembang menjadi audiovisual aids pada tahun 1940. Istilah ini bermakna sejumlah peralatan yang dipakai oleh para guru dalam menyampaikan konsep, gagasan, dan pengalaman yang ditangkap oleh indera pandang dan pendengaran. Penekanan utama dalam pengajaran audio-visual adalah pada nilai belajar yang diperoleh melalui pengalaman kongkret, tidak hanya didasarkan atas kata-kata belaka. Perkembangan berikutnya adalah

²⁵Hermawan. *Media Pembelajaran* (Bandung: Upi Press, 2007), h. 24

munculnya gerakan audiovisual communication yang terjadi pada tahun 1950-an.

Pada akhir tahun 1950 teori komunikasi mulai mempengaruhi penggunaan alat Bantu audiovisual, sehingga selain sebagai alat Bantu media juga berfungsi sebagai penyalur pesan atau informasi belajar. Sejak saat itu alat audiovisual bukan hanya dipandang sebagai alat bantu guru saja, melainkan juga sebagai alat penyalur pesan atau media. Teori ini sangat penting dalam penggunaan media untuk kegiatan program-program pembelajaran.

Menurut seorang ahli komunikasi dan media pendidikan Rudy Breatz media pendidikan mempunyai ciri utama dan memiliki 3 unsur pokok yaitu : Suara, Visual dan gerak.

Teknologi yang paling tua yang dimanfaatkan dalam proses belajar adalah percetakan yang bekerja atas dasar prinsip mekanis, kemudian lahir teknologi Audio-Visual yang menggabungkan penemuan mekanis dan elektronis untuk tujuan pembelajaran.

Sebagai media pembelajaran dalam pendidikan dan pengajaran, media audio- visual mempunyai sifat sebagai berikut:

- a. Kemampuan untuk meningkatkan persepsi.
- b. Kemampuan untuk meningkatkan pengertian.
- c. Kemampuan untuk meningkatkan transfer (pengalihan) belajar.
- d. Kemampuan untuk memberikan penguatan (reinforcement) atau pengetahuan hasil yang dicapai.
- e. Kemampuan untuk meningkatkan retensi (ingatan).²⁶

²⁶Syaiful Bahri Djamarah, dkk. *Strategi Belajar Mengajar*. (Jakarta ; PT Rineka Cipta, 2006), h. 46-47.

2. Karakteristik Media Audiovisual dan Jenis-jenisnya

Menurut Miarso, karakteristik media Audiovisual adalah memiliki unsur suara dan unsur gambar. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media yang pertama dan kedua yaitu media audio dan visual.²⁷

Media Audio-Visual terdiri atas :

- a. **Audiovisual Diam** yaitu media yang menampilkan suara dan gambar diam seperti :

- 1) Film bingkai suara (sound slide)

Adalah suatu film berukuran 35 mm, yang biasanya dibungkus bingkai berukuran 2x2 inci tersebut dari karton atau plastik. Sebagai suatu program film bingkai sangat bervariasi. Panjang pendek film bingkai tergantung pada tujuan yang ingin dicapai dan materi yang ingin disajikan. Ada program yang selesai dalam satu menit, tapi ada pula yang hingga satu jam atau lebih. Namun yang lazim, satu film bingkai bersuara (sound slide) lamanya berkisar antara 10-30 menit. Dilihat dari ada tidaknya rekaman suara yang menyertainya, program film bingkai bersuara termasuk dalam kelompok media audiovisual sedangkan program tanpa suara termasuk dalam kelompok media visual.

Gabungan slide (film bingkai) dengan tape audio adalah jenis system multimedia yang paling mudah diproduksi. Sistem multimedia ini serba guna, mudah digunakan dan cukup efektif untuk pembelajaran perorangan dan belajar mandiri. Jika didesain dengan baik, system

²⁷Miarso. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. (Cet.VIII; Jakarta: Kencana, 2007), h.211.

multimedia gabungan slide dan tape dapat membawa dampak yang dramatis dan tentu saja dapat meningkatkan hasil belajar. Media pembelajaran gabungan slide dan tape dapat digunakan pada berbagai lokasi dan untuk berbagai tujuan pembelajaran yang melibatkan gambar-gambar guna menginformasikan atau mendorong lahirnya respon emosional.

2) Film Rangkai bersuara (Film Strip)

3) Halaman bersuara

b. **Audiovisual Gerak** yaitu media yang dapat menampilkan unsur suara dan gambar yang bergerak seperti :

1) Film suara

Film sebagai media audio-visual adalah film yang bersuara. Slide atau filmstrip yang ditambah dengan suara bukan alat audio-visual yang lengkap, karena suara dan rupa berada terpisah, oleh sebab itu slide atau filmstrip termasuk media audio-visual saja atau media visual diam plus suara.

Film yang dimaksud disini adalah film sebagai alat audio-visual untuk pelajaran, penerangan atau penyuluhan. Banyak hal-hal yang dapat dijelaskan melalui film, antara lain tentang : proses yang terjadi dalam tubuh kita atau yang terjadi dalam suatu industri, kejadian - kejadian dalam alam, tatacara kehidupan di Negara asing, berbagai industri dan pertambangan, mengajarkan sesuatu keterampilan, sejarah kehidupan orang-orang besar dan sebagainya.

Film merupakan media yang amat besar kemampuannya dalam

membantu proses belajar mengajar. Ada 3 macam ukuran film yaitu 8 mm, 16 mm dan 35 mm.

Jenis pertama biasanya untuk keluarga, tipe 16 mm tepat untuk dipakai di sekolah sedang yang terakhir biasanya untuk komersial. Bentuk yang lama biasanya bisu. Suara disiapkan tersendiri dalam rekaman yang biasanya terpisah. Sebuah film terdiri dari ribuan gambar. Film yang baik adalah film yang dapat memenuhi kebutuhan siswa dalam hubungannya dengan apa yang dipelajari. Oemar Hamalik (1985:104) mengemukakan prinsip pokok yang berpegang kepada 4-R yaitu : *“ The right film in the right place at the right time used in the right way”*.

2) Video / VCD

Video sebagai media Audio-Visual yang menampilkan gerak, semakin lama semakin populer dalam masyarakat kita. Pesan yang disajikan bias bersifat fakta maupun fiktif, bias bersifat informative, edukatif maupun instruksional. Sebagian besar tugas film dapat digantikan oleh video. Tapi tidak berarti bahwa video akan menggantikan kedudukan film.

Media video Merupakan salah satu jenis media audio visual, selain film. Yang banyak dikembangkan untuk keperluan pembelajaran, biasa dikemas dalam bentuk VCD.

Kelebihan video antara lain:

- a) Dapat menarik perhatian untuk periode-periode yang singkat.
- b) Dengan alat perekam pita video sejumlah besar penonton memperoleh informasi dari ahli-ahli/spesialis.

- c) Menghemat waktu.
- d) Bisa mengamati lebih dekat objek yang sedang bergerak.

3) Film Televisi

Selain film, televisi adalah media yang menyampaikan pesan-pesan pembelajaran secara Audio-Visual dengan disertai unsure gerak. Dilihat dari sudut jumlah penerima pesannya, televisi tergolong ke dalam media massa.

Selain sebagai media massa, kita mengenal adanya program Televisi Siaran Terbatas (TVST) atau Closed Circuit Television. Pada TVST sebagai suatu system distribusi TV, alat pengirim dan alat penerima secara fisik dihubungkan dengan kabel. Hubungan itu bisa antara sebuah kamera dan alat penerima di dalam ruang yang sama, bisa pula beberapa kelas dihubungkan dengan satu sumber ruang yang sama, sehingga penonton serentak dapat mengikuti program yang disiarkan. Oemar Hamalik mengemukakan :

*“Television is an electronic motion picture with con joinded or attendant sound; both picture and sound reach the eye and ear simultaneously from a remote broadcast”.*²⁸

Definisi tersebut menjelaskan bahwa televisi sesungguhnya adalah perlengkapan elektronik yang pada dasarnya sama dengan gambar hidup yang meliputi gambar dan suara. Maka televisi sebenarnya sama dengan film, yakni dapat didengar dan dilihat. Media ini berperan sebagai gambar

²⁸Oemar Hamalik. *Media Pendidikan*. (Cet. V; Bandung: Offset Alumni, 1988), h. 154.

hidup dan juga sebagai radio yang dapat dilihat dan didengar secara bersamaan.

4) Film Gelang (Loop Film)

Dilihat dari segi keadaannya, media audiovisual dibagi menjadi :

- a) Audiovisual Murni yaitu unsur suara maupun unsur gambar berasal dari suatu sumber seperti film/video audio cassette.
- b) Audiovisual tidak murni yaitu unsur suara dan gambarnya berasal dari sumber yang berbeda, misalnya film bingkai suara yang unsur gambarnya bersumber dari slide proyektor dan unsur suaranya bersumber dari tape recorder.
- c) Dan dilihat dari daya liputnya, media dibagi menjadi, Pertama, media dengan daya liput luas dan serentak. Penggunaan media ini tidak terbatas oleh tempat dan ruang serta dapat menjangkau jumlah siswa yang banyak dalam waktu yang sama. Kedua, media dengan daya liput yang terbatas oleh ruang dan tempat. Media ini dalam penggunaannya membutuhkan ruang dan tempat yang khusus seperti, film, sound slide, film rangkai, yang harus menggunakan tempat tertutup dan gelap.²⁹

3. Kelebihan & Kelemahan Media Audiovisual

Aminuddin Rasyad menjelaskan beberapa kelebihan atau kegunaan media audiovisual pembelajaran sama dengan pengajaran audio dan visual yaitu:

²⁹Basyirudin Usman-Asnawir. *Media Pembelajaran*. (Jakarta: Delia Citra Utama, 2002), h. 43-44.

- a. Memperjelas penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbalistis (dalam bentuk kata-kata, tertulis atau lisan belaka).
- b. Mengatasi perbatasan ruang, waktu dan daya indera, seperti:
 - 1) Objek yang terlalu besar digantikan dengan realitas, gambar, film bingkai, film atau model.
 - 2) Obyek yang kecil dibantu dengan proyektor micro, film bingkai, film atau gambar.
 - 3) Gerak yang terlalu lambat atau terlalu cepat dapat dibantu dengan tame lapse atau high speed fotografi.
 - 4) Kejadian atau peristiwa yang terjadi masa lalu bisa ditampilkan lagi lewat rekaman film, video, film bingkai, foto maupun secara verbal.
 - 5) Obyek yang terlalu kompleks (mesin-mesin) dapat disajikan dengan model, diagram, dll.
 - 6) Konsep yang terlalu luas (gunung ber api, gempa bumi, iklim dll) dapat di visualkan dalam bentuk film, film bingkai, gambar, dll.
- c. Media audio visual bisa berperan dalam pembelajaran tutorial.

Pengajaran audio-visual juga mempunyai beberapa kelemahan yang sama dengan pengajaran visual, yaitu :

- a. Terlalu menekankan pentingnya materi dibanding proses pengembangannya dan tetap memandang materi audiovisual sebagai alat bantu guru dalam mengajar.
- b. Terlalu menekankan pada penguasaan materi dari pada proses pengembangannya dan tetap memandang materi audio visual sebagai alat bantu guru dalam proses pembelajaran. Media yang beorientasi pada guru

sebenarnya.

- c. Media audiovisual cenderung menggunakan model komunikasi satu arah.
- d. Media audiovisual tidak dapat digunakan dimana saja dan kapan saja, karna media audio-visual cenderung tetap di tempat.³⁰

³⁰ Aminuddin Rasyad. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. (Jakarta Timur: Uhamka Press, 2003), h. 72.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian.

1. Jenis Penelitian

Nasution berpendapat bahwa ada tiga unsur penting yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan lokasi penelitian yaitu, tempat, pelaku dan kegiatan.¹ Oleh karena itu yang dijadikan tempat/lokasi penelitian adalah SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar dengan fokus objek yang diteliti adalah Pelajar Jurusan Pariwisata sebagai poin pendukung dari tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube dengan proses observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Shandhy Putra 01, beralamatkan di Jl. AP. Pettarani No. 4 Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, Propinsi Sulawesi Selatan. Berikut data kontak SMK Shandy Putra 01:

- a. Telp. / Fax. (0411-867879) 90221
- b. *E-mail* : *smkpar-mks@yahoo.com*.

SMK Shandhy Putra di bawah kepemimpinan Bapak Ir. Yayah Sugihat (7 Oktober 1998 - sekarang), Bidang Studi Keahlian dari SMK Shandhy Putra yaitu Pariwisata, Kompetensi Keahlian terbagi dua yakni Usaha Perjalanan Wisata (UPW) dan Akomodasi Perhotelan (AP) dan

¹Nasution, *Metode Naturalistik Kualitatif* (Bandung: Tarsinto, 1996), h. 43.

penyelenggara dari sekolah tersebut adalah Yayasan Sandhykara Putra Telkom.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu.

Penelitian ini bermaksud mendeskripsikan gambaran tentang efektifitas tayangan “Jalan-jalan Men” dalam menyampaikan informasi wisata budaya pada pelajar dan mengkaji faktor faktor yang ada pada tayangan “Jalan-jalan Men” yang menarik perhatian pelajar.

Berdasarkan permasalahan yang diajukan, orientasi penelitian ini membutuhkan sebuah pendekatan induktif terhadap seluruh proses peneliti yang cenderung lebih banyak mengkonstruksi format penelitian dan strategi memperoleh data di lapangan (*field research*). Dengan orientasi demikian, maka jenis penelitian yang dianggap relevan adalah penelitian kualitatif dengan analisis yang bersifat deskriptif analitis.

C. Teknik Pengumpulan data

Menurut J. Supranto data yang baik dalam suatu penelitian adalah data yang dapat dipercaya kebenarannya (*reliable*), tepat waktu, mencakup ruang yang luas serta dapat memberikan gambaran yang jelas untuk menarik kesimpulan.² Oleh karena itu, data yang dibutuhkan dalam penulisan ini secara umum terdiri dari data yang bersumber dari penelitian lapangan.

² J. Supranto, *Metode Riset, Aplikasinya Dalam Pemasaran* (Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 1998), h. 47.

Artinya suatu data yang didukung oleh realitas di lapangan. Sehubungan dengan penelitian ini, maka pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis melalui observasi, wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan penelitian dan dokumentasi, penulis jelaskan masing-masing sebagai berikut:

a. Pengumpulan data melalui metode observasi

Yaitu peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mencari data secara sistematis. Sehubungan dengan hal tersebut, dapat kita ketahui bahwa observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis yang kemudian dilakukan pencatatan. Observasi adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindera lainnya, untuk itu peneliti terjun langsung ke lapangan untuk meninjau lokasi tempat penelitian dan mengetahui jumlah pelajar jurusan pariwisata di SMK Telkom Sandhy Putra 01, serta mengamati para Pelajar yang telah menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube untuk mengetahui informasi budaya Indonesia.

b. Pengumpulan data melalui metode wawancara

Yaitu penulis melakukan wawancara terhadap informan, dalam hal ini yang diwawancarai ialah Pelajar Jurusan Pariwisata di SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar untuk memberikan informasi sesuai dengan yang di butuhkan. Sebelum proses wawancara berlangsung, peneliti terlebih dahulu memperlihatkan tayangan ”Jalan-jalan Men” yang telah di *download* dari Youtube. Namun, jika siswa telah mengetahui

tayangan tersebut, maka tayangan tidak perlu diperlihatkan. Adapun wawancara ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Membuat sejumlah daftar pertanyaan
- 2) Mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara mendalam
- 3) Pertanyaan yang diajukan berusaha untuk mengungkap bagaimana, mengapa dan apa.

c. Pengumpulan data dengan cara menelusuri dokumen-dokumen

Yaitu yang telah didokumentasikan sebagai salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode untuk menelusuri data historis. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan membuat catatan-catatan penting yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan dari informan yang ada di SMK Telkom Shandy Putra 01 Makassar.

D. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan suatu aktivitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya. Data merupakan perwujudan dari beberapa informasi yang sengaja dikaji dan dikumpulkan guna mendeskripsikan suatu peristiwa atau kegiatan lainnya. Oleh karena itu, maka dalam pengumpulan data dibutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang cukup valid dan akurat dalam suatu penelitian.

Barometer keberhasilan suatu penelitian tidak terlepas dari instrumen yang digunakan, karena itu instrumen yang digunakan dalam penelitian

lapangan ini meliputi; observasi, wawancara dengan daftar pertanyaan penelitian yang telah dipersiapkan, kamera, alat perekam dan buku catatan.

E. Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan bahkan merupakan bagian yang sangat menentukan dari beberapa langkah penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan, dengan demikian analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian. sebaiknya pada saat menganalisis data peneliti juga harus kembali lagi ke lapangan untuk memperoleh data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali.

Sebagian besar data yang diperoleh dan digunakan dalam pembahasan skripsi ini bersifat kualitatif. Data kualitatif adalah data yang bersifat abstrak atau tidak terukur, Oleh karena itu, dalam memperoleh data tersebut penulis menggunakan metode pengolahan data yang sifatnya kualitatif, sehingga dalam mengolah data penulis menggunakan teknik analisa sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yang dimaksudkan di sini ialah proses pemilihan, pemusatan perhatian untuk menyederhanakan, mengabstrakan dan transformasi data "kasar" yang bersumber dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi ini diharapkan untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh agar memberikan kemudahan dalam menyimpulkan hasil penelitian. Dengan kata lain seluruh hasil penelitian dari lapangan yang telah dikumpulkan kembali dipilah untuk menentukan data mana yang tepat untuk digunakan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian dipilah antara mana yang dibutuhkan dengan yang tidak, lalu dikelompokkan kemudian diberikan batasan masalah. Dari penyajian data tersebut, maka diharapkan dapat memberikan kejelasan mana data yang substantif dan mana data pendukung.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verivication*)

Langkah selanjutnya dalam menganalisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan, setiap kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Oleh karena itu, dalam setiap kegiatan apalagi dalam sebuah penelitian ilmiah, diharuskan untuk menarik kesimpulan dari seluruh data yang telah dikumpulkan, mulai dari data yang telah direduksi maupun yang belum dan tidak menutup kemungkinan dari data yang telah disimpulkan akan melahirkan saran-saran dari peneliti kepada yang diteliti demi perbaikan-perbaiakan itu sendiri.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Shandhy Putra 01, Beralamatkan di Jl. AP. Pettarani No. 4 Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, Propinsi Sulawesi Selatan. Telp. / Fax. (0411-867879) 90221 *E-mail* : *smkpar-mks@yahoo.com*.

Adapun visi dan misi dari SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar adalah sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi role model institusi pendidikan yang berkualitas dalam membentuk sumber daya manusia Indonesia yang berkompeten dan berbudi luhur.

2. Misi

Adapun misi dari SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar adalah sebagai berikut:

- a. Mengembangkan metode penyelenggaraan pendidikan yang efektif dan efisien secara berkesinambungan.
- b. Mengembangkan Sumber Daya Manusia melalui penyelenggaraan pendidikan secara profesional.
- c. Mengembangkan unit-unit usaha yang mendukung terciptanya penyelenggaraan pendidikan yang berkualitas.

SMK Shandhy Putra di bawah kepemimpinan Bapak Ir. Yayah Sugihat (7 Oktober 1998 - sekarang), Bidang Studi Keahlian dari SMK Shandhy Putra yaitu Pariwisata, Kompetensi Keahlian Pariwisata terbagi dua yakni Usaha Perjalanan Wisata (UPW) dan Akomodasi Perhotelan (AP).

Penyelenggara dari sekolah ini adalah Yayasan Sandhykara Putra Telkom. Pada penelitian ini difokuskan pada bidang keahlian Usaha Perjalanan Wisata (UPW). Berikut rangkaian informasi pada jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW):

1. Jumlah siswa

Data dari bagian administrasi SMK Shandy Putra 01 Makassar menyebutkan jumlah siswa jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel III.1. Jumlah siswa Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
Tahun ajaran 2013/2014

Tingkat	JK	Jumlah	Total
I UPW.1	L	3	30
	P	27	
I UPW.2	L	3	29
	P	26	
II UPW.1	L	6	37
	P	31	
II UPW.2	L	2	36
	P	34	
III UPW.1	L	1	31
	P	30	
III UPW.2	L	2	31
	P	29	
Total siswa keseluruhan			194

Sumber: Bagian administrasi SMK Shandy Putra 01 Makassar (09 Agustus 2014)

2. Struktur Kurikulum

Menurut UU No. 20 Tahun 2003, kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan nasional.¹ SMK Shandy Putra menggunakan sistem kurikulum dengan beberapa pendekatan antara lain:

a. Pendekatan Normatif

Mata Pelajaran yang menggunakan pendekatan normatif adalah:

- 1) Pendidikan Agama
- 2) Pendidikan Kewarganegaraan
- 3) Bahasa Indonesia
- 4) Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan
- 5) Seni Budaya

b. Pendekatan Adaptif

Pendekatan adaptif memuat mata pelajaran sebagai berikut:

- 1) Matematika
- 2) Bahasa Inggris
- 3) KKPI
- 4) Prancis
- 5) Ilmu Pengetahuan Sosial
- 6) Ilmu Pengetahuan Alam
- 7) Sales, Marketing and Leadership;

¹Republik Indonesia. “Undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional”. <http://ria.kemenag.go.id/file/file/produkhukum/fcpt1328331919.pdf> (30 Agustus 2014)

- a) Merencanakan dan melaksanakan kegiatan penjualan.
- b) Mengkoordinasikan pembuatan brosur dan bahan pemasaran
- c) Mengembangkan, mengelola dan mengevaluasi strategi pemasaran
- d) Mengola layanan pelanggan berkualitas
- e) Mempromosikan produk dan jasa kepada pelanggan
- f) Menyiapkan penawaran harga

c. Pendekatan Produktif

Pendekatan produktif secara garis besar terbagi dua yaitu pengetahuan dasar kompetensi kejuruan dan kompetensi kejuruan. Berikut merupakan bagian dari pengetahuan dasar kompetensi kejuruan:

- 1) Cross Cultural Communication;
 - a) Bekerja dengan kolega dan pelanggan
 - b) Bekerja di lingkungan sosial yang berbeda
 - c) Menangani situasi konflik
- 2) Health, Hygiene and Safety;
 - a) Mengikuti prosedur kesehatan, keselamatan di tempat kerja
 - b) Mengikuti prosedur Hygiene di tempat kerja
 - c) Menyediakan pertolongan pertama
- 3) Tourism Industry Knowledge;
 - a) Mengembangkan dan memperbaharui pengetahuan lokal
 - b) Menginterpretasikan aspek budaya lokal Indonesia
 - c) Mencari dan membagi informasi umum mengenai etnik di Indonesia

- 4) Destination & Product Knowledge;
 - a) Mengembangkan dan memperbaharui pengetahuan lokal
 - b) Mencari dan menyediakan pasar dan informasi tentang wisata.
- 5) Office Procedure;
 - a) Berkomunikasi melalui telepon
 - b) Melaksanakan prosedur klerikal
- 6) Financial Administration
 - a) Memproses transaksi keuangan
 - b) Memelihara catatan keuangan
- 7) Housekeeping
 - a) Membersihkan tempat dan peralatan kerja
- 8) Food and Beverage Service
 - a) Menyediakan penghubung antara dapur dan area

Adapun mata pelajaran kompetensi produktif yang termasuk dalam kategori kompetensi kejuruan adalah sebagai berikut:

- 1) Tour Operation
 - a) Menerima dan memproses reservasi
 - b) Mencari dan mengemas produk dan jasa pariwisata
 - c) Mengkoordinasikan dan mengendalikan perjalanan wisata
 - d) Mengelola perjalanan wisata lebih dari 1 hari
 - e) Memesan dan mengkoordinasikan layanan penyedia jasa dan produk pariwisata
 - f) Menyiapkan dan menawarkan harga produk

- g) Menjual produk dan jasa pariwisata
 - h) Mengakses dan menginterpretasi informasi produk wisata
 - i) Memelihara inventaris informasi produk wisata
 - j) Mengakses dan mempersentasikan informasi
- 2) Tour Guiding
- a) Bekerja sebagai pemandu wisata
 - b) Mengembangkan dan memelihara pengetahuan umum yang diperlukan oleh pemandu wisata
 - c) Memberikan bantuan layanan transfer keberangkatan kedatangan
 - d) Menyiapkan dan mempresentasikan komentar pemanduan pada perjalanan wisata
 - e) Memimpin rombongan perjalanan wisata
 - f) Melakukan pengecekan pra keberangkatan tour
 - g) Mengalokasikan sumber daya tour
- 3) Ticketing/CRS
- a) Mengoperasikan sistem reservasi komputer
 - b) Menghitung harga dan menyiapkan tiket penerbangan domestik
 - c) Menghitung harga dan menyiapkan tiket normal pelajaran udara Internasional
 - d) Menghitung dan menyiapkan tiket promosi penerbangan Internasional
 - e) Memproses dokumen perjalanan selain tiket Penerbangan

d. Pendekatan Lokal

Adapun kompetensi yang termasuk dalam pendekatan lokal antara lain:

- 1) Meeting, Incentive, Convention & Exhibition (MICE)
 - a) Mengatur kegiatan acara
 - b) Membuat stan pameran
 - c) Merencanakan dan mengembangkan proposal penawaran kegiatan
 - d) Mengembangkan kegiatan konferensi
 - e) Mengatur registrasi tamu / delegasi di tempat kegiatan

e. Pengembangan diri

Program pengembangan diri pada jurusan Usaha Perjalanan Wisata bertujuan untuk membantu siswa mengekspresikan minat serta bakat diluar dari pelajaran formal yang diterima di dalam kelas. Berikut komponen dari program pengembangan diri:

- 1) Basket
- 2) Cheer Leader
- 3) Band
- 4) SKR

3. Hubungan kerjasama perusahaan

Dalam meningkatkan alumni mandiri, SMK Shandy Putra 01 Makassar menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar di Indonesia. Perusahaan yang menjadi *partner* terbagi atas dua bidang yaitu:

a. Perusahaan Penerbangan

Perusahaan yang berfokus pada bidang penerbangan dan menjalin hubungan kerjasama dengan SMK Shandy Putra 01 Makassar adalah:

- 1) PT. Merpati Nusantara Airline
- 2) PT. Garuda Indonesia
- 3) PT. Sriwijaya Air
- 4) PT. KCP Merpati Nusantara (Jl. Letjen Hertasning)
- 5) PT. KCP Merpati Nusantara (Jl. Poros Maros)

b. Perusahaan Perjalanan Wisata

Perusahaan selain penerbangan yang juga bekerjasama dengan SMK Shandy Putra 01 Makassar adalah perusahaan yang bergerak pada bidang perjalanan wisata, diantaranya adalah:

- 1) PT. Patapulo Tour & travel
- 2) PT. Famika Tour & Travel
- 3) PT. TIFA Tour & Travel
- 4) PT. Maharani Tour & Travel
- 5) PT. Safari Tour & Travel
- 6) PT. Lamario Tour & Travel
- 7) PT. Boulevard Tour & Travel
- 8) PT. Losari Prima Holiday Tour & Travel
- 9) PT. Imam Aulia Tour & Travel
- 10) PT. Eka Safir Wisata Tour & Travel
- 11) PT. Timoho Putra Citra Lestari Tour & travel
- 12) PT. Marselina Tour & Travel
- 13) PT. Alfa Prima Tour & Travel

- 14) PT. Jasa Angkasa Semesta
- 15) PT. DHIVA Tour & Travel
- 16) PT. Terminal Ticket
- 17) PT. Bintang Wisata Tour & Travel
- 18) PT. Padi Tour & Travel
- 19) PT. Bunga Bali Holiday Tour & Travel
- 20) PT. Asia Holiday Tour & travel
- 21) PT. Nata Tour & Travel
- 22) PT. Mubina Tour & Travel
- 23) PT. HOKI Tour & Travel
- 24) PT. Media Tour & Travel
- 25) PT. Mammiri Tour & Travel
- 26) CV. Denys Tour & Travel
- 27) PT. Patricia Tour & Travel
- 28) PT. Reskita Tour & Travel
- 29) PT. Pranata Titian Nusantara
- 30) PT. Jasa Angkasa Semesta. Tbk.
- 31) PT. Talenta Tour & Travel
- 32) PT. Fortuna Tour & Travel

B. Faktor yang mempengaruhi Pelajar tertarik untuk menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!”

1. Gaya komunikasi yang menghibur

Potensi menarik dalam tayangan “Jalan-jalan Men!” ialah gaya komunikasi yang mengundang tawa oleh *host*-nya. Kedua *host* “Jalan-jalan Men!” selalu memiliki ide untuk mengeluarkan *statement* dengan bahasa *gaul* khas yang mereka buat sendiri. Kata pamungkas yang sering diungkapkan Jebraw dan Naya saat menemukan hal menakjubkan pada suatu wilayah adalah “pecah”. Istilah “pecah” selalu ditujukan pada pemandangan alam yang indah, maupun pemandangan lainnya yang baru mereka temui dan belum pernah dilihat sebelumnya. “Pecah” merupakan kata istimewa yang dibuat sendiri oleh Jebraw, untuk itu tema dari “Jalan-jalan Men!” mereka sebut sebagai perjalanan maha pecah. Selain kata “pecah”, ada banyak istilah lain yang secara spontan selalu dilontarkan oleh Jebraw. Musrifah Sulastia Rini menyebutkan bahwa:

Lucu, cara bicara hostnya sangat menggelitik apalagi pada beberapa daerah Jebraw meminta masyarakat yang ada disana untuk berteriak dengan mengucapkan Jalan-jalan Men tetapi dalam bahasa daerahnya sendiri seperti di Jogjakarta yang bahasa jawanya mblaku-mblaku dab! dan masih ada bahasa daerah lain yang di aceh²

Pernyataan diatas ditemukan bahwa informan merasa terhibur dengan gaya komunikasi yang digunakan oleh *host*. Gaya bicara yang mengundang tawa tersebut menarik perhatian bagi Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) untuk menyaksikan tayangannya dari awal hingga akhir meskipun dengan durasi yang lama.

²Musrifah Sulastria Rini, Siswi kelas 3.2 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (11 Agustus 2014)

2. Informasi lokasi wisata di Indonesia

Sesuai dengan bidang pariwisata yang dialami oleh Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW), lokasi wisata yang ada di Indonesia menjadi informasi yang harus dikuasai oleh Pelajar. Dalam tayangan “Jalan-jalan Men!”, selalu ditampilkan teks pada bagian kiri bawah nama lokasi tempat tim dan *host* berada. Nurul Amalia memaparkan sebagai berikut:

Setelah lulus nanti saya berencana bekerja di perusahaan travel. Tentunya hal yang harus saya persiapkan adalah saya harus menguasai lokasi-lokasi wisata yang ada di Indonesia karena suatu saat jika ada *client* yang meminta saran mengenai tempat hiburan atau wisata yang akan mereka kunjungi, pastinya saya lebih mudah mendeskripsikan kelebihan dan kekurangan masing-masing lokasi dan melalui “Jalan-jalan Men!” saya mengetahui beberapa lokasi wisata di Indonesia. Untuk itu, saya sering-sering mengunjungi “Jalan-jalan Men!”³

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa Informan mengakses tayangan “Jalan-jalan Men!” untuk kepentingan studinya. Tayangan “Jalan-jalan Men!” sebagai bahan referensi untuk mempersiapkan Pelajar tersebut saat setelah lulus sekolah.

Tindakan yang dilakukan oleh Nurul Amalia sudah tepat, karena orang-orang yang bekerja di perusahaan travel saat ini tidak hanya berasal dari SMK pariwisata saja, tapi juga dari SMA yang notabene tidak mempelajari ilmu tentang pariwisata saat sekolah, dengan mengetahui lebih banyak lokasi-lokasi wisata, Pelajar tersebut mendapat persiapan yang cukup untuk bersaing di dunia usaha travel.

³ Nurul Amalia, Siswi kelas 3.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (Agustus 2014)

3. Informasi akomodasi wisata

Akomodasi wisata merupakan biaya yang harus dikeluarkan selama perjalanan wisata. Akomodasi wisata dapat berupa biaya transportasi, tiket masuk tempat wisata, biaya penginapan, dll. Dalam tayangan “Jalan-jalan Men!”, akomodasi wisata dijelaskan dalam bentuk teks setiap kali tim menggunakan fasilitas wisata. Informasi akomodasi wisata menjadi alasan siswi kelas 3.1 tertarik menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!”. Berikut pernyataan Mentari:

Nilai positif dari tayangan “Jalan-jalan Men!” ini juga karena kita diberitahu berapa uang yang harus dikeluarkan saat melakukan perjalanan. Seperti sewa kapal menuju pulau komodo yang saya tidak pernah menyangka sebelumnya sampai lima juta rupiah, yang seperti itu harus di ancap sebelum melakukan perjalanan wisata. Jangan sampai kita hanya mengira-ngira dan sampai disana uang yang dibawa tidak cukup. Jadi pastinya tayangan ini menambah wawasan saya tentang akomodasi perjalanan⁴

Pemaparan diatas menjelaskan bahwa Pelajar tertarik menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!” karena informasi akomodasi yang harus disiapkan dalam melakukan perjalanan ke suatu tempat. Informan juga menjelaskan akibat yang harus dihadapi jika melakukan perjalanan travel namun dengan pengetahuan tentang akomodasi masih minim. Jika tidak diperhitungkan sebelumnya maka pelancong akan menghadapi masalah. Perjalanan tim yang juga menjelaskan biaya yang harus dikeluarkan, menambah wawasan siswi pariwisata tersebut untuk lebih siap sebelum melakukan perjalanan wisata.

⁴ Mentari, Siswi kelas 3.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (Agustus 2014)

C. Efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” dalam menyampaikan Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar

Pengetahuan akan budaya Indonesia merupakan kebutuhan primer bagi Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW). Jurusan yang menawarkan jasa wisata bagi siapa saja yang akan melakukan perjalanan ke berbagai lokasi di Indonesia, menuntut siswa untuk terus mencari referensi tempat-tempat menarik di Indonesia. Hal ini telah diungkapkan oleh Nurul Amalia sebagai berikut:

Dilihat dari Jurusan kami yaitu Usaha Perjalanan Wisata jadi saya pribadi harus mengetahui budaya-budaya Domestik dan Internasional⁵

Tayangan “Jalan-jalan Men!” dapat dikatakan efektif apabila Pelajar dapat mengetahui informasi budaya yang tidak diketahui sebelumnya setelah menyaksikan tayangan tersebut. Tayangan “Jalan-jalan Men!” juga menjadi efektif apabila Pelajar merasakan manfaat baik dari sisi pendidikan maupun sisi yang lain. Untuk mengetahui efektifitas tayangan “Jalan-jalan Men!”, digunakan ukuran efektivitas menurut Etzioni berdasarkan poin-poin sebagai berikut:

1. Adaptasi

Adaptasi dimaksudkan pada tingkah laku siswa setelah menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!”. Tingkah laku siswa yang diaptasi dari tayangan tersebut ialah perencanaan untuk melakukan perjalanan wisata seperti yang dilakukan tim “Jalan-jalan Men!”. Hal ini telah dibuktikan oleh pernyataan sebagai berikut:

⁵ Nurul Amalia, Siswi kelas 3.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (Agustus 2014)

Saya melihat keseruan tim “Jalan-jalan Men!” yang berwisata seolah sedang berpetualang. Saya juga mau seperti itu, mengunjungi banyak tempat yang belum dikunjungi sebelumnya terlebih saat mengunjungi saung di Bandung. Saya bisa bayangkan keseruan bermain alat musik tradisional yang merupakan peninggalan bangsa Indonesia.⁶

Pernyataan diatas menunjukkan adanya penyesuaian aktifitas (adaptasi) antara siswa dan tim “Jalan-jalan Men!”. Siswi tersebut memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan ke berbagai tempat utamanya pada daerah yang memiliki warisan alat musik tradisional setelah menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!” episode Bandung. Episode Bandung menelusuri berbagai potensi wisata yang ada di Bandung. Salah satu potensi Bandung yang menyimpan budaya Indonesia yakni Saung Udjo. Dalam tayangan episode tersebut, dijumpai aktifitas-aktifitas di dalam Saung udjo diantaranya; pertunjukan seni budaya menggunakan alat musik angklung, pembuatan angklung yang dapat dilakukan pengunjung, serta pengunjung yang belajar memainkan angklung.

2. Integrasi

Integrasi pada “Jalan-jalan Men!” ditekankan pada strategi dan rencana yang dilakukan sebelum melakukan perjalanan. Tim “Jalan-jalan Men!” sebelumnya berkumpul untuk mengadakan rapat untuk membahas apa saja yang akan dilakukan. Pembahasan yang paling umum ialah mengenai tema perjalanan. Setiap tempat yang dikunjungi memiliki tema berbeda sesuai dengan khas dari tempat yang dikunjungi. Integrasi ini menjadi acuan bagi Pelajar Jurusan UPW SMK Telkom Sandhy Putra Makassar dalam melaksanakan kegiatan sekolah. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan sebagai berikut:

⁶ Mentari, Siswi kelas 3.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (10 Agustus 2014)

Sisi positif dari tayangan “Jalan-jalan Men!” adalah keterbukaan tim yang bekerja dalam pembuatan video. Cara mereka melakukan tahap demi tahap pembuatan video terkadang kami mengikuti caranya dalam kegiatan sekolah seperti kalau ada kegiatan POrSeni (Pekan Olahraga dan Seni). Dalam susunan struktur organisasi memang ada yang khusus mendokumentasikan kegiatan dan pembuatan video berkiblat dari video “Jalan-jalan Men!”⁷

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan integrasi tayangan “Jalan-jalan Men!” dijumpai dari cara tim melakukan perencanaan dan strategi sebelum melakukan perjalanan. Pelajar UPW memanfaatkan integrasi ini dalam kegiatan sekolah. Tayangan “Jalan-jalan Men!” memberikan sisi positif dengan integrasi strategi yang sudah diikuti oleh Pelajar Jurusan UPW SMK Sandhy Putra Makassar.

3. Motivasi

Pesan pribadi yang disampaikan Jebraw yang berperan sebagai *host* “Jalan-jalan Men!” menjadi motivasi bagi siswa SMK Telkom Sandhy Putra Makassar. Jebraw mengungkapkan pesan-pesan moral setiap kali selesai berpetualang ke satu tempat. Pesan moral yang disampaikan berbeda-beda di setiap episode. Pesan untuk menghargai alam dan lingkungan disampaikan setelah melakukan kunjungan yang menampilkan keindahan panorama alam. Pesan mengenai sikap baik seseorang utamanya bagi anak muda disampaikan setelah berbincang mengenai pengalaman dari penduduk yang ada disekitar lokasi wisata yang dikunjungi.

Kalimat motivasi yang telah diungkapkan Jebraw dikuatkan oleh pernyataan sebagai berikut:

⁷ Uke Nursriaji, Siswi kelas 3.2 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (10 Agustus 2014)

Saya salut sama Jebraw yang meskipun selalu terlihat asal-asalan jika berbicara namun setiap mengungkapkan kesimpulan dari perjalanannya, dia menyampaikan pesan-pesan bijak yang menuju pada kebaikan. Dari kata-katanya yang mengatakan “Indonesia sebenarnya negara maju jika warisan budaya dikelola dengan baik oleh masyarakat” membuat saya sadar untuk lebih menghargai lagi budaya-budaya yang ada di Indonesia.⁸

Pernyataan Jebraw yang disampaikan informan diatas memberi motivasi bagi pelajar dalam menjaga warisan budaya yang ditinggalkan oleh pendahulu bangsa. Informan yang mengakui kesadaran akan berharganya warisan budaya menanamkan pada dirinya untuk terus menggali potensi budaya Indonesia untuk lebih ditingkatkan di masa mendatang.

4. Produk

Produk dari “Jalan-jalan Men!” ialah gaya bicara dari *host*. Seruan ucapan “Jalan-jalan Men!” dijadikan trend gaya bicara pada pelajar jurusan UPW SMK Telkom Sandhy Putra. Jebraw dan tim “Jalan-jalan Men!” secara berulang kali meneriakkan kata *branding* tayangannya seperti saat usai mengunjungi suatu tempat, selesai melakukan wawancara atau setiap berhasil melakukan suatu kegiatan yang dilakukan penduduk sekitar. Hal ini telah diungkapkan dengan pernyataan sebagai berikut:

Kadang-kadang kita (Pelajar Jurusan UPW SMK Telkom Sandhy Putra Makassar) mengikuti kata “Jalan-jalan Men!” dengan menggunakan nada khas Jebraw. Beberapa teman yang tidak tahu dengan program ini jadi bertanya-tanya setelah mendengar saya dan teman dekat sering

⁸ Riska Fairunnisa, Siswi kelas 3.2 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (10 Agustus 2014)

mengucapkan itu. Akhirnya mereka juga ikut mencari program “Jalan-jalan Men!” di Youtube.⁹

Dari pemaparan diatas, diketahui produk utama tayangan “Jalan-jalan Men!” yaitu *tagline* programnya. Kata “Jalan-jalan Men!” yang sering dilontarkan Nina berhasil mengalihkan perhatian pelajar lain yang belum mengetahui program “Jalan-jalan Men!” hingga akhirnya tertarik menyaksikan program tersebut.

5. Kepuasan

Informasi mengenai budaya-budaya Indonesia terangkum dalam tayangan “Jalan-jalan Men!”. Tayangan tersebut secara spesifik menerangkan budaya yang dikunjungi pada berbagai daerah. Nurul Amalia, Pelajar kelas 3 U.P.W.1 menerangkan bahwa:

Saya banyak mengetahui budaya-budaya baru setelah menonton “Jalan-jalan Men!” seperti budaya yang ada di Wae Rebo Flores yang membuat sarung tenun khas Flores, juga budaya di pulau Derawan dan masih banyak lagi. Setiap kali ada status yang *diupdate* melalui twitter *official* “Jalan-jalan Men!” tentang video terbarunya, saya langsung mengakses di Youtube dan langsung menonton bisa sampai satu jam. Namun, jika jaringan sedang baik mungkin tidak sampai satu jam¹⁰

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa informan mengetahui banyak budaya Indonesia yang tidak diketahui sebelumnya setelah menyaksikan perjalanan tim “Jalan-jalan Men!”. Informan dapat menjelaskan budaya yang ada di Flores dengan memperhatikan setiap kegiatan yang dilakukan tim pada tayangan tersebut. Pernyataan bahwa pelajar tersebut menunggu status terbaru dari tim “Jalan-jalan

⁹ Nina Hamidah, Siswi kelas 3.2 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (10 Agustus 2014)

¹⁰ Nurul Amalia, Siswi kelas 3.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (11 Agustus 2014)

Men!”, menjelaskan bahwa informan merupakan pengguna internet yang menghabiskan waktu mencari berbagai informasi di internet. Hal ini juga serupa dengan Andi Khairunnisa sebagai berikut:

Saya sangat tertarik dengan dunia maya (media internet). Dalam sehari saya menghabiskan waktu mengunjungi banyak situs di internet hingga 18 jam melalui smartphone. Jalan-jalan Men! Merupakan salah satu situs yang sering saya kunjungi karena videonya memiliki banyak seri. Selain untuk mengisi waktu luang, saya juga merasa sebagai warga Negara Indonesia saya harus mengetahui budaya-budaya yang ada di Indonesia ditambah lagi dengan jurusan yang saya lakoni dan saya pun sangat menyukai travelling dan ingin mengunjungi seluruh budaya di penjuru Indonesia¹¹

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa informan merupakan pengguna internet yang menghabiskan waktu lebih dari setengah hari untuk menonton video di *Youtube*. Salah satu video yang sering diakses adalah tayangan “Jalan-jalan Men!”. Informan mendapat banyak informasi budaya dari tayangan “Jalan-jalan Men!” karena tayangan tersebut memiliki banyak *episode* dengan tempat yang berbeda-beda di setiap *episode*. Dalam pernyataan tersebut juga dapat disimpulkan bahwa informan sering mengunjungi tayangan “Jalan-jalan Men!” untuk mengetahui *episode* terbaru yang akan diunggah oleh tim “Jalan-jalan Men!”. Dari informasi yang informan dapatkan dari tayangan “Jalan-jalan Men!”, informan juga berencana untuk mengunjungi semua lokasi yang telah dikunjungi oleh tim “Jalan-jalan Men!”.

Terkait dengan perannya sebagai sumber informasi budaya Indonesia, Tayangan “Jalan-jalan Men!” mendapat banyak perhatian bagi pengguna Internet saat ini khususnya Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra

¹¹ Andi Khairunnisa, Siswi kelas 3.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Shandy Putra Makassar, wawancara (11 Agustus 2014)

Makassar. Ada banyak media yang digunakan tim “Jalan-jalan Men!” untuk mempromosikan videonya antara lain melalui *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Path* serta jejaring sosial lainnya yang banyak digunakan oleh Pelajar, sehingga tayangan tersebut pun ditonton oleh Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar.

Tontonan tayangan audiovisual seperti “Jalan-jalan Men!” menjadi satu-satunya tayangan travel Indonesia dengan *viewers* paling banyak mencapai ratusan ribu *viewers* dan diikuti oleh hampir seluruh Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar. Hal ini telah diungkapkan oleh Sahriani Ali Imran sebagai berikut:

Selain “Jalan-jalan Men!”, saya tidak tahu video jalan-jalan yang lain, jadi saya dan teman-teman hanya mengunjungi video “Jalan-jalan Men!” melalui Youtube bisa sampai 5 kali dalam sehari kalau memungkinkan¹²

Pemaparan diatas memberi keterangan bahwa tayangan “Jalan-jalan Men!” menjadi satu-satunya alternatif sumber informasi budaya Indonesia melalui tayangan audiovisual karena informan belum menemukan tayangan travel serupa pada media *Youtube*. Informan juga mengatakan bisa berulang kali mengunjungi tayangan “Jalan-jalan Men!” karena tidak ada lagi alternative lain untuk mendapatkan informasi budaya Indonesia.

Karya kreativitas tim “Jalan-jalan Men!” menyajikan tontonan mengenai lokasi budaya-budaya di Indonesia yang menarik bagi penonton. Karakter kedua *host* “Jalan-jalan Men!” yang aktif berbicara dan mudah beradaptasi dengan masyarakat

¹² Sahriani Ali Imran, Siswi kelas 2.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Shandy Putra Makassar, wawancara (11 Agustus 2014)

sekitar mampu menjadikan tayangan ini penuh dengan informasi yang didapatkan langsung dari penduduk asli yang menetap di tempat yang dikunjungi. Selain itu, pada beberapa bagian video, kedua *host* memberikan tanggapan serta membandingkan budaya yang sedang mereka kunjungi dengan budaya-budaya lain yang telah dikunjungi. Tanggapan yang dilontarkan juga tidak hanya dari satu aspek saja tapi ada banyak aspek seperti Arsitektur, kebiasaan penduduk, aktifitas penduduk, hingga rahasia-rahasia penduduk setempat yang belum terekspos pada khalayak umum. Pada bagian akhir menjelang durasi akhir dari tayangan “Jalan-jalan Men!”, salah satu *host* memberikan pesan bijak yang terkait dengan pengalamannya berada di lokasi yang dikunjunginya.

6. Manfaat tayangan “Jalan-jalan Men!”

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa pelajar banyak mendapat manfaat dalam tayangan “Jalan-jalan Men!”. Pada tayangan tersebut terdapat pesan-pesan moral positif yang dilontarkan langsung dari *main host*. Berikut pemaparan dari Jebraw (*host* “Jalan-jalan Men!”):

Tabel III.2. Kutipan kalimat *host* tayangan “Jalan-jalan Men!”

No.	Kutipan dari Jebraw	Keterangan
1	“ <i>Please</i> alam jangan dibom”	Pesan ini tersirat untuk pengusaha swasta yang sudah memiliki hak milik atas gunung <i>cars</i> di Maros yang suatu saat akan dibom dan dijadikan bahan dasar pembuatan semen. Jebraw menghimbau agar tidak dibom karena gunung <i>cars</i> merupakan bagian dari alam.
2	“Pelaut hebat tidak terbentuk oleh air tenang”	Pesan moral ini untuk memberi semangat bagi pemuda Indonesia bahwa jika ingin menjadi orang

		yang hebat, ada banyak kesulitan dan tantangan yang harus dilewati.
3	“Perjalanan adalah sebuah tujuan tersendiri”	Penekanan bahwa setiap kali seseorang melakukan perjalanan, tentu ada tujuan yang ingin dicapai.
4	“Semua orang adalah saudara kita maka berilah mereka senyum termanismu”	Ajaran etika moral dari Jebraw agar sesama manusia saling menghargai karena siapa saja yang ada di sekeliling kita adalah saudara.

Sumber: Analisa penulis

Beberapa kalimat positif dari Jebraw untuk mengajak penonton “Jalan-jalan Men!” mencintai kekayaan budaya Indonesia memberi dampak positif para penonton dan juga Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar. Nadya Octavianti mengatakan bahwa:

“Saya lumayan tersentuh kata-kata Jebraw saat di Wae Rebo. Dia mengatakan lebih menghargai penduduk kampung Wae Rebo yang mengambil kekayaan alam ‘seadanya’ untuk dijadikan bahan makanan dibanding para pejabat yang tidak pernah puas walau sudah banyak mengambil kekayaan alam Indonesia”¹³

Pernyataan di atas berarti bahwa pesan moral yang disampaikan Jebraw memberi kesadaran kepada informan akan posisi orang-orang yang berada di daerah pedalaman jauh lebih baik daripada mereka yang mempunyai kehidupan layak namun masih kurang menghargai keberadaan alam. Informan yang menyampaikan ulang pesan Jebraw secara lisan saat wawancara berlangsung berarti bahwa pesan tersebut benar-benar terekam jelas dalam ingatan informan. Pernyataan informan yang merasa

¹³ Nurul Amalia, Siswi kelas 3.2 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (11 Agustus 2014)

tersentuh dengan *statement* tersebut juga memberi keterangan bahwa *host* berhasil mengajak penonton “Jalan-jalan Men!” untuk simpati terhadap penduduk pedalaman yang lebih cerdas mengelola alam.

Selain pesan moral dalam tayangan “Jalan-jalan Men!” yang mengajak penonton untuk selalu berpikir positif, tayangan ini juga diakui bermanfaat bagi perjalanan pendidikan Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar. Hal ini diungkapkan oleh Ainun Pratiwi sebagai berikut:

Video Jalan-jalan Men! ini menambah ilmu saya tentang pariwisata. Mulai dari akomodasi hingga transportasi secara detail disebutkan pada Jalan-jalan Men!. Setelah mengikuti episode-episodenya, saya jadi lebih tahu secara teknis perjalanan ke berbagai daerah¹⁴

Pada pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa manfaat tayangan “Jalan-jalan Men!” yang lain adalah menambah pengetahuan bagi Pelajar yang mendalami Ilmu Pariwisata. Hal ini dipertegas dari kalimat yang menyatakan bahwa dalam tayangan tersebut tim “Jalan-jalan Men!” secara transparan menyebutkan akomodasi perjalanan serta transportasi yang digunakan mulai saat akan berangkat hingga kembali pulang.

¹⁴ Ainun Pratiwi, Siswi kelas 3.1 Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar, wawancara (11 Agustus 2014)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Faktor yang mempengaruhi Pelajar tertarik untuk menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!”.

Faktor-faktor yang menjadi alasan Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar tertarik untuk menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!” adalah sebagai berikut:

- a. Gaya komunikasi yang menghibur
- b. Informasi lokasi wisata di Indonesia
- c. Informasi akomodasi wisata

2. Efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” dalam menyampaikan Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar.

Efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” dalam menyampaikan informasi budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar dapat tercapai dengan adanya:

- a. Adaptasi
- b. Integrasi
- c. Motivasi
- d. Produk, dan
- e. Kepuasan

B. Implikasi Penelitian

1. Kepada staf pengajar agar menyajikan materi pengajaran yang tidak hanya melalui satu media seperti visual atau audio saja, tapi juga dengan memberi materi audiovisual yang disenangi oleh Pelajar agar mereka dapat dengan mudah menerima pengetahuan tentang pariwisata.
2. Kepada Pelajar agar senantiasa aktif mencari sumber-sumber informasi dari media mana saja agar pengetahuan tentang pariwisata tidak *stagnant* melalui Sekolah saja. Pelajar diharapkan untuk memanfaatkan *smartphone* lebih cerdas yaitu dengan mencari situs, aplikasi, ataupun hiburan di internet yang dapat menambah wawasan.
3. Kepada tim “Jalan-jalan Men!” untuk terus melakukan perjalanan yang mengangkat budaya-budaya di penjuru Indonesia yang masih tersembunyi. Perjalanan yang dilakukan tim akan bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi mereka yang mendalami ilmu Pariwisata.
4. Kepada Peneliti selanjutnya agar menelusuri lebih jauh kegiatan yang dilakukan tim “jalan-jalan men!” dalam menghadapi perkembangan teknologi yang terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexis S, Tan, *Mass Communication Theories and Research* . Singapore; John Wiley & Sons, 1985.
- Asnawir, Basyirudin Usman. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Delia Citra Utama, 2002.
- Dale, *Audio-visual Methods in Teaching*. Cet IX; New York: Rinehart and Winston, 2000.
- Damopolii, Muljono, *Pedoman Penelitian Karya Tulis Ilmiah; Makalah, Skripsi, Disertasi dan Laporan Penelitian*. Makassar: Alauddin Press, 2013.
- Danim, Sudarwan. *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Devito, Joseph A, *Communicology: An Introduction to the Study of Communication*, New York: Harper & Row, 1978.
- Djamarah, Syaiful Bahri, dkk. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta ; PT Rineka Cipta, 2006.
- Elvinaro, Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Etzioni, *Organisasi-organisasi Modern* . Jakarta: UI Press, 2000.
- Gamble Michael W.dan Teri Kwal Gamble, *Introducing Mass Communication*. New York: McGraw Hill, 1986.
- Hamalik, Oemar. *Media Pendidikan*. Cet. V; Bandung: Offset Alumni, 1988.
- Handayani S., Soewarno *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Gunung Agung, 2011.
- Handoko, *Dasar-dasar Manajemen dan Produksi Operasi*. Yogyakarta: Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi, 1995.
- Harbert, Blumer dan Elihu Katz, *Uses and Gratifications* dalam Edi Santoso dan Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Harianti, dkk, *Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Sekitar Candi Terhadap Candi dan Upaya Pelestariannya*. Yogyakarta: UNY Yogyakarta, 2007.

Hatta, Soekarno, *Sukarno An Autobiography*, dalam Cindy Adams, *Bung Karno Penyambung Lidah Rakyat Indonesia*. Yogyakarta: Media Pressindo dan Yayasan Bung Karno, 2011.

Hermawan. *Media Pembelajaran*. Bandung: Upi Press, 2007

Kurniawan, Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: UNY, 2005.

Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2005.

Markus, Zahnd, *Perancangan Kota Secara Terpadu*. Yogyakarta: Kanisius, 2006.

McQuail, Denis. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications, 2002.

Miarso. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Cet.VIII; Jakarta: Kencana, 2007.

Nasution, *Metode Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsinto, 1996.

Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

Peter F, Drucker, *The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done*. New York: Harperr Bussiness, 2006.

Prasetijo, Adi, *Serah Jajah dan perlawanan yang Tersisa, Etnografi Orang Rimba di Jambi*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra, 2011.

Rahmadewi, Zakiah arianti, *Youtube Mania*. Jakarta: Noura Book Publishing, 2013.

Rasyad, Aminuddin. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta Timur: Uhamka Press, 2003.

Supranto, *Metode Riset, Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 1998.

William, Gibson, *The Miracle Worker*, New York: The Pocket Book. 2002.

Wimmer, Roger D., and Dominick, Joseph R. *Mass Media Research: An Introduction*. United States of America: Wadsworth, 2003

Woog, Adam, *Youtube*. England: Norwood House Press, 2008.

Online:

_____, *Qur'an Online*, <http://quran.ittelkom.ac.id/?sid=59&aid=18&pid=arabicid> (10 juni 2014).

Telkom Schools, Telkom School-Creating the Future. <http://psb.smktelkom-mks.sch.id/> (10 juli 2014).

_____, Jalan-Jalan Men. <http://jalan2men.com/about-jjm/> (10 juni 2014)

LAMPIRAN - LAMPIRAN





Daftar Nama Informan

No.	Nama	Kelas
1	Musrifah Sulastria Rini	3.2 Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
2	Nurul Amalia	3.1 Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
3	Mentari	3.1 Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
4	Andi Khairunnisa	3.2 Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
5	Sahriani Ali Imran	2.1 Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
6	Ainun Pratiwi	3.1 Usaha Perjalanan Wisata (UPW)

RIWAYAT HIDUP



Skripsi yang berjudul “Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube sebagai Sumber Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Pariwisata SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar” disusun oleh Nurfadila Wahid, lahir di Parepare, 23 Februari 1991, penulis adalah anak kedua dari empat bersaudara, buah hati dari ibunda Hj. Farida dan ayahanda Muh.

Arifin Wahid Penulis memulai pendidikan di sekolah dasar di SD Negeri 1 Parepare, setelah lulus Sekolah Dasar pada tahun 2005. Penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Parepare, kemudian pada tahun 2008 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 4 Parepare dan lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2010 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi dan menyelesaikan studi pada tahun 2014.

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Kelas :

B. Daftar pertanyaan untuk informan

1. Apakah anda perlu untuk mengetahui budaya-budaya yang ada di Indonesia?
2. Jika ya, mengapa anda perlu mengetahui budaya-budaya yang ada di Indonesia?
3. Darimana saja anda mendapatkan Informasi budaya Indonesia?
4. Sumber informasi yang manakah yang lebih menarik bagi anda; visual, audio atau audiovisual?
5. Berapa jam sehari anda mengakses media internet?
6. Apakah anda sering mengakses [http//youtube.com](http://youtube.com)?
7. Tayangan apa saja yang sering anda tonton di Youtube?
8. Apakah anda tahu tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube?
9. Darimanakah anda mengetahui tayangan “Jalan-jalan Men!”?
10. Apakah anda mendapat pengetahuan baru mengenai budaya Indonesia setelah menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!”?
11. Apakah anda berencana mengunjungi salah satu lokasi yang dikunjungi tim “Jalan-jalan Men!”?
12. Bagaimana pendapat anda tentang gaya komunikasi yang digunakan *host* tayangan “Jalan-jalan Men!”?

13. Apakah manfaat yang anda dapatkan setelah menyaksikan tayangan “Jalan-jalan Men!” terkait dengan jurusan anda?
14. Apakah anda tahu tayangan *travel* yang menampilkan budaya Indonesia selain “Jalan-jalan Men!”?
15. Apakah hal menarik yang terdapat pada tayangan “Jalan-jalan Men!” yang tidak terdapat pada tayangan travel lainnya?

Makassar, 2014

Informan,

.....

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan:

1. Nama : Nurfadila Wahid
2. Tempat/tgl. lahir : Parepare, 23 Februari 1991
3. Pekerjaan : Mahasiswa
4. Judul Penelitian : Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube sebagai Sumber Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Pariwisata SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar
5. Alamat : BTN Minasa Upa Blok G13 No. 15

Peneliti tersebut benar telah mengadakan wawancara dengan saya.

1. Nama :
2. Tempat/tgl. lahir :
3. Usia :
4. Alamat :
.....
5. Tanggal wawancara :

Untuk keperluan penyusunan penelitian.

Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk digunakan sebagaimana perlunya.

Makassar, 2014

Informan,

.....